Volkswirtschaftliche Bedeutung der Tageszeitungen Magdeburgs

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Würde eines Doktors der Staatswissenschaften

der

Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät

der

Vereinigten Friedrichs-Universität Halle-Wittenberg

Vorgelegt von

Bodo Bethge

aus Magdeburg

Auszug

Referent: Herr Professor Dr. Gustav Aubin

Halle a./Saale, 1925

Druck: Emil Költsch, Magdeburg Südost.

Volkswirtschaftliche Bedeutung der Tageszeitungen Magdeburgs.

(Kurze Inhaltsangabe)

R. UNIV
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Einleitung: Magdeburg als Druckerstadt.

Das Zeitungsgewerbe ist ein Teil des Buchdruckgewerbes, die Zeitung ist das Kind der Buchdruckerkunst. Ohne diese „schwarze Kunst" wäre die moderne Tageszeitung garnicht denkbar. In Magdeburg hat die Buchdruckerkunst schon sehr früh Einzug gehalten. Luther's Geburtsjahr 1483 ist auch das Geburtsjahr der Buchdruckerkunst in Magdeburg. Die erste Offizin ist die von Albert Ravenstein und Joachim Westfal, zwei Brüder eines gemeinsamen Ordens, sie sind von 1483/84 als Drucker in Magdeburg nachweisbar. Der erste einheimische Drucker war Johannes Graßhoff, der um 1485 in Magdeburg druckte. Simon Koch oder Mentzer besaß die erste größere Offizin. Von 1486 bis 1503 sind Drucke von ihm bekannt. Als vierter Magdeburger Drucker kommt Moritz Brandis aus Leipzig in Frage, dessen Druckerei schon erhebliche Größe gehabt haben soll. Sein Geschäft führte bis zu seinem Tode 1513 Jacob Winter fort. Dann nimmt die Zahl der Magdeburger Buchdrucker erstaunlich zu.

Tabelle.

Von	1483 – 1484	Albert Ravenstein und Joachim Westfal	Von	1526	Hans Walther und Hans Weiß
„	1485	Johannes Graßhoff	„	1527 – 1528	Hans Bart
„	1486 – 1503	Simon Koch (Mentzer)	„	1529 – 1556	Michael Lorther
„	1492 – 1504	Moritz Brandis	„	1538	W. Mertz
„	1505 – 1513	Jakob Winter	„	1539 – 1553	Christian Rödinger
„	1524 – 1525	Hans Knappe	„	1546	Jörg Scheller
„	1525 – 1560	Heinrich Oettinger	„	1552 – 1557	Pancratius Kempf

Von	1560 – 1600	haben in Magdeburg bestanden	15	Buchdruckereien
„	1601 – 1700	„ „ „ „	20	„
„	1701 – 1800	„ „ „ „	19	„
„	1801 – 1900	„ „ „ „	48	„
„	1901 – 1924	„ „ „ „	115	„
		davon sind bis heute eingegangen	37	„
		sodaß am 1. Oktober 1924 in Magdeburg bestanden	78	„

Die lebhaften Wechselbeziehungen, die zwischen der Reformation Luthers und dem deutschen Buchdruck bestanden haben, sind besonders in der Geschichte der Magdeburger Buchdruckerkunst zu erkennen. Wie Magdeburg seiner Standhaftigkeit gegenüber dem Interim den Namen „Unseres Herrn Gottes Kanzlei" erhalten hat, so nannte man die damaligen Buchdrucker Magdeburgs Gottes Kanzlisten.

I. Entwicklung des Magdeburger Zeitungswesens.

Das Zeitungswesen Magdeburgs reicht bis in die ersten Anfänge des deutschen Zeitungswesens überhaupt zurück. „Zeitungen" hat es schon lange vor der Erfindung der Buchdruckerkunst gegeben, die sich jedoch von dem heutigen Begriff der modernen Zeitungen ganz wesentlich unterschieden. Die moderne Zeitung definiert Löbl als „eine in regelmäßigen Zeitintervallen erscheinende, durch mechanische Vervielfältigung allgemein zugänglich gemachte Publikation von kollektivem, mannigfaltigem Inhalte, der durch Allgemeinheit des Interesses gekennzeichnet, sowie aus den Ereignissen und Zuständen der unmittelbaren Gegenwart geschöpft ist."

Zweifellos sind die handschriftlichen brieflichen Zeitungen des 16. Jahrhunderts und die sogenannten „Neuen Zeitungen", ferner die gedruckten „fliegenden Blätter", die „Postreuter" und die „Meßrelationen" als Vorläufer der modernen Zeitung anzusehen. Ein weiterer Schritt führt dann zu den gedruckten, periodischen Wochenzeitungen, die nach der Definition Löbl's bereits als Zeitungen im modernen Sinn zu gelten haben. Die ältesten Zeitungen dieser Art sind aus Straßburg und Augsburg aus dem Jahre 1609 nachweisbar. An diese beiden ältesten Zeitungsorte schließt sich 1615 die alte Handelsstadt Frankfurt a.M. 1617 erhielt Frankfurt bereits die zweite, 1619 die dritte Wochenzeitung. Dem süddeutschen Handelszentrum folgt als Handelsstadt 1616 das norddeutsche Hamburg. Ein Jahr später 1617 erhielt Berlin die erste wöchentliche Zeitung. Darauf folgen 1620 Köln, Nürnberg und Regensburg und 1621 Hildesheim. Ihnen schließt sich 1626 Magdeburg mit seinen „Wochentlichen Zeitungen" an. Über diese Magdeburger „Wochentlichen Zeitungen" ist nur sehr wenig bekannt, wie überhaupt die Anfänge des Magdeburger Zeitungswesens in tiefstes Dunkel gehüllt sind. Durch die Wirren des 30 jährigen Krieges und besonders durch den 10. Mai 1631 sind fast alle Dokumente, die darüber Auskunft geben könnten, vernichtet worden. Die älteste, noch heute erhaltene Nummer der Magdeburger „Wochentlichen Zeitungen" ist die Nummer XXVIII vom Juli 1626. Aus der Nummer, die sie trägt, geht schon hervor, daß sie schon länger bestanden haben muß. Wann nun die erste Nummer erschienen ist, ist bis heute nicht nachzuweisen gewesen und wird wohl auch schwerlich jemals nachzuweisen sein. Lange Zeit hat man die heutige „Magdeburgische Zeitung" als Fortsetzung der „Wochentlichen Zeitungen" angesehen, was der Magdeburger Stadtarchivar Dr. Ernst Neubauer jedoch zu widerlegen sucht. Er gibt als Geburtstag der Magdeburgischen Zeitung den 11. Mai 1664 an. Als Gründer und ersten Verleger bezeichnet er den Postverweser Jobs Böckmann, als Schriftleiter den Buchhändler und gleichzeitig Notar Jakob Ficke und als ersten Drucker Johann Müller, einen Vorfahren Fabers, des heutigen Besitzers der Faberschen Buchdruckerei und der Magdeburgischen Zeitung. Die Fabersche Buchdruckerei ist die älteste Deutschlands; sie wurde 1485 in Leipzig gegründet, 1529 wurde das Wittenberger Zweiggeschäft und 1537 sie selbst nach Magdeburg verlegt, wo sie beide vereinigt wurden. 1731 gelangte sie in die Hände der Familie Faber, in deren Besitz sie sich noch heute befindet.

Die wiederholten Versuche, eine zweite Tageszeitung in Magdeburg zu Gründen, scheiterten entweder an dem Privileg der Faberschen Buchdruckerei, oder die neugegründete Zeitung konnte sich neben der festfundierten Magdeburgischen Zeitung nicht lange halten. Magdeburger Tageszeitungen, die sich bis auf den heutigen Tag erhalten haben, sind außer der Magdeburgischen Zeitung: der Magdeburger Generalanzeiger, gegründet 1876, ein so gut wie farbloser Anzeiger mit demokratischem Einschlag, die Volksstimme, gegründet 1890, als sozialdemokratisches Organ, die Magdeburger Tageszeitung, gegründet 1898, als farbloses Vorortblättchen, jetzt Organ der deutschnationalen Volkspartei und die Tribüne, gegründet 1921, das Parteiblatt der kommunistischen Partei.

II. **Größe und Umfang der einzelnen magdeburgischen Zeitungen.**

Die Größe einer Zeitung als Publikationsmittel ist abhängig

1. von dem Verbreitungskreis,
2. von der Auflagenhöhe,
3. von der wöchentlichen Erscheinungsziffer,
4. von der wöchentlichen Seitenzahl,
5. von der wöchentlichen Seitenfläche.

Die Größe eines Zeitungsbetriebes ist abhängig

1. von der Zahl der beschäftigten Personen,
2. von dem investierten Kapital.

A. Größe der Zeitung als Publikationsmittel.

Der Verbreitungskreis der Zeitung.

In dem Hauptabsatzgebiet aller magdeburgischen Zeitungen, in Magdeburg selbst, ist der Generalanzeiger die weitaus am meisten gelesene Zeitung. Erst in weiten Abständen folgen ihm die anderen Magdeburger Tageszeitungen. Die Volksstimme, die hinsichtlich ihres Absatzes innerhalb Magdeburgs an zweiter Stelle steht, verkauft doch erst 47,5 % der Exemplare des Generalanzeigers. In noch größeren Abständen folgen dann die Magdeburgische Zeitung, die Magdeburger Tageszeitung und endlich die Tribüne.

Rund 110000 Zeitungen, einschließlich der auswärtigen, werden täglich in Magdeburg verkauft, ohne die nicht täglich erscheinenden Zeitungen und Zeitschriften, die auch auf eine tägliche Verkaufszahl von etwa 10000 kommen, wovon der Berliner Illustrierten Zeitung der Hauptanteil zukommt. Ausländische Zeitungen werden in Magdeburg etwa 40—45 täglich verkauft.

Das Verbreitungsgebiet der magdeburgischen Zeitungen außerhalb Magdeburgs erstreckt sich in der Hauptsache über den Regierungsbezirk Magdeburg, den Freistaat Anhalt und über die Provinz Sachsen. Darüber hinaus finden Magdeburger Zeitungen in allerdings dünner Schicht Absatz in der Provinz Brandenburg, in den thüringischen Staaten, Braunschweig und in der Provinz Hannover. Vereinzelt werden magdeburgische Zeitungen selbst noch über diesen Kreis hinaus bis in die fernstgelegenen Orte Deutschlands, ja selbst ins Ausland, versandt. Das Verbreitungsgebiet der Magdeburgischen Zeitung und der Magdeburger Tageszeitung kann man als dezentralisiert bezeichnen,

während das Absatzgebiet der übrigen drei Zeitungen zentralisiert ist, d. h. ihr Gebiet erstreckt sich im wesentlichen nicht über einen Umkreis von 50 km um Magdeburg hinaus.

Von dem Verbreitungskreis der einzelnen Zeitungen kann man noch nicht feste Schlüsse auf die Größe und den Umfang der Zeitung ziehen; denn der Absatzkreis, das Absatzgebiet der magdeburgischen Zeitungen ist im wesentlichen für alle fünf das gleiche. Ganz anders sieht es aus mit dem zweiten für die Größe der Zeitung mitbestimmenden Punkt, der Auflagenhöhe.

Die Auflagenhöhe ist der heikelste Punkt in einer Zeitungsstatistik. Jede Zeitung will die höchste Auflagenziffer haben und sucht daher eine wahrheitsgetreue Veröffentlichung dieser Zahlen nach Möglichkeit zu hintertreiben. Bei Feststellung der Auflagenhöhe ist zu unterscheiden die Anzahl der gedruckten und die der verkauften Exemplare. Nicht zur Auflagenhöhe zu rechnen sind alle Frei- und Werbeexemplare, sowie die Makulatur. Weiter muß bei Feststellung der Auflagenziffer eine möglichst lange Zeitspanne zu Grunde gelegt werden, da mancherlei Ereignisse außerordentliche Schwankungen hervorrufen können.

Auch im Punkt der Auflagenhöhe stellt der Generalanzeiger alle anderen magdeburgischen Zeitungen in den Schatten, erst in erheblichem Abstand folgt ihm die Magdeburgische Zeitung und kurz hinter ihr die Volksstimme. Dann folgen Magdeburger Tageszeitung und Tribüne.

Im Punkte „wöchentliche Erscheinungsziffer" macht nur die Magdeburgische Zeitung eine Ausnahme. Während alle anderen Zeitungen nur einmal am Tage erscheinen, hat die Magdeburgische Zeitung zwei Ausgaben. Ihre wöchentliche Erscheinungsziffer beträgt 13, die aller anderen je 6.

Die „wöchentliche Seitenzahl" beträgt durchschnittlich:

Magd. Zeit.	Gen.-Anz.	Volksstimme	Magd. Tagesz.	Tribüne
155	72	68	78	40

Die „wöchentliche Seitenfläche" der einzelnen magdeburgischen Zeitungen beträgt:

Magd. Zeit.	Gen.-Anz.	Volksstimme	Magd. Tagesz.	Tribüne
220875	143208	100514	110557	61440 qcm

Multipliziert man die wöchentlichen Seitenflächen der einzelnen Zeitungen mit der Auflagenhöhe und zieht die Ergebnisse zusammen, so erhält man das Gesamtergebnis aller für die Größe der Zeitungen als mitbestimmend angezogenen Punkte außer dem schwer erfaßbaren ersten Punkt: Verbreitungskreis.

Gesamtergebnis.

Magdeburgische Zeitung .	88,35 ha Druckfläche
General-Anzeiger . . .	99,53 „ „
Volksstimme	36,69 „ „
Magdeburger Tageszeitung	27,58 „ „
Tribüne	6,14 „ „
insgesamt	258,29 ha Druckfläche

Als größte Zeitung ist also der Magdeburger General-Anzeiger zu bezeichnen. Zieht man den größeren, jedoch nicht erfaßbaren Verbreitungskreis der Magdeburgischen Zeitung mit in Betracht, so kann man mit einiger Großzügigkeit Magdeburgische Zeitung und General-Anzeiger etwa als gleich groß bezeichnen.

B. Größe des Betriebes der Zeitung.

Zahl der beschäftigten Personen.

Eine genaue Erfassung derjenigen Personen, die nur für einen bestimmten Zeitungsbetrieb arbeiten, ist nicht möglich, da Magdeburg über sogenannte reine Zeitungsbetriebe, also ohne Werk- und Akzidenzdruckerei, nicht verfügt. Die einzige Gruppe, die einzig uud allein für die Herstellung der Zeitung arbeiten, ist die Gruppe der Redakteure. Während bei dem technischen Personal eine Scheidung zwischen den Arbeitern, die für den Akzidenzbetrieb arbeiten und denen, die für den Zeitungsbetrieb arbeiten, einigermaßen möglich ist, ist eine derartige Scheidung beim kaufmännischen Personal ganz unmöglich.

Mißt man die Größe eines gewerblichen Betriebes nach der Zahl der in ihm beschäftigten Personen, so würde der Zeitungsbetrieb der Magdeburgischen Zeitung als der größte zu bezeichnen sein. Während General-Anzeiger und Volksstimme sich in diesem Punkte ungefähr die Wage halten, bleiben Magdeburger Tageszeitung und ganz besonders die Tribüne erheblich zurück. Nun kann man aber nicht ohne weiteres den Betrieb mit den meisten beschäftigten Personen als den größten bezeichnen. Mit möglichst wenig Personal einen großen Betrieb durchzuführen, das muß Ziel und Streben einer tüchtigen Geschäftsleitung sein.

Investiertes Kapital.

Weiter ist für die Größe eines Betriebes das investierte Kapital ein mitbestimmender Faktor. In dem Betrieb der Magdeburgischen Zeitung mit den weitaus am meisten beschäftigten Personen sind doch rund 100 000,– Mark weniger investiert als im Betrieb des General-Anzeigers. Diese Differenz erklärt sich daraus, daß der große Betrieb der Faberschen Buchdruckerei wesentlich mehr Kapital im Akzidenzbetrieb investiert hat als der General-Anzeiger im Vergleich zu ihren Zeitungsbetrieben.

Das Endergebnis über die Größe der Zeitungsbetriebe ergibt also durch Kombination der beiden für die Größe maßgebenden Punkte wiederum ein Gleichsein der Magdeburgischen Zeitung und des General-Anzeigers, wenn natürlich auch dieses Gleichsetzen ein wenig gewalttätig erfolgt ist. Volksstimme und Magdeburger Tageszeitung folgen den beiden Betrieben erst in größeren Abständen, die Tribüne hat in jedem Punkte ihr bescheidenes Ausmaß erkennen lassen.

III. Volkswirtschaftliche Bedeutung der Zeitungen.

1. Bedeutung der Zeitungen als Ganzes.

Die Bedeutung der Presse für das Wirtschaftsleben ist zunächst eine unmittelbare, allgemeine insofern, als die Zeitung als Ganzes einen bestimmenden Einfluß auf das Wirtschaftsleben auszuüben vermag.

Eine besondere unmittelbare volkswirtschaftliche Bedeutung kommt dem Handels- und Anzeigenteil der Zeitungen zu. Die Bedeutung des Handelsteils liegt darin, als Informationsorgan über alle wirtschaftlichen Dinge zu dienen und gegebenenfalls selbst volkswirtschaftspolitische Maßnahmen privater oder öffentlicher Korporationen beeinflussen zu können. Der Anzeigenteil ist der Vermittler wirtschaftlicher Tauschbeziehungen, der Regler von Angebot und Nachfrage.

Die mittelbare Bedeutung der Presse beruht in der Schaffung neuer Arbeitsgelegenheiten und in der Erschließung oder Förderung anderer Gewerbe und Industrieen.

Was für die volkswirtschaftliche Bedeutung der Zeitungen im allgemeinen gilt, gilt im besonderen auch für die magdeburgischen Zeitungen. Die Frage, welcher von den fünf Tageszeitungen Magdeburgs die volkswirtschaftliche Hauptbedeutung zukommt, läßt sich natürlich auf statistischem Wege nicht beantworten. Keine Statistik könnte den Grad der volkswirtschaftlichen Bedeutung einer Zeitung feststellen. Es kommt hierbei nicht auf die statistisch zu erfassenden Quantitäten, sondern auf Qualitäten an. Man kann nicht ohne weiteres sagen, dieser oder jener Zeitung kommt volkswirtschaftlich die Hauptbedeutung zu. Jede Zeitung hat ihre spezielle volkswirtschaftliche Bedeutung. Die volkswirtschaftliche Bedeutung der einzelnen magdeburgischen Zeitungen liegt bei

der Magdeburgischen Zeitung	als Handelszeitung
dem General-Anzeiger	als Anzeigenblatt
der Magdeburger Tageszeitung	als Agrarzeitung
der Volksstimme }	als Zeitungen zur Vertretung der Interessen wirtschaftl. schwächerer Elemente.
der Tribüne }	

2. Bedeutung des Inseratenteils.

Das Anzeigewesen war in frühester Zeit wie alles in primitivster Form vorhanden. Die erste Stufe der Anzeige ist das mündliche Anpreisen der zu verkaufenden Waren durch persönliches Ausrufen oder durch Anpreisungen bezahlter Ausrufer oder später der Unterkäufer und der Umsager. Die zweite Stufe des Anzeigenwesens beruht in der Form der Plakate, Maueranschläge, Zettelverteilung, Zirkulare u. a. m. Das Inserieren in den Tageszeitungen bedeutet die dritte Stufe im Anzeigenwesen. Neben der Anzeige in den Tageszeitungen gewannen die Zwangsanzeigen in den Intelligenzblättern Bedeutung. Vom Beginn des 18. Jahrhunderts bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts hatte das Anzeigenwesen unter dem völlig unzweckmäßigen und sogar schädlichen Intelligenzwesen und dem damit verbundenen Intelligenzzwang zu leiden. Die ganze deutsche Presse atmete auf, als endlich mit dem 1. Januar 1850 das Intelligenzwesen aufgehoben wurde. Jetzt begann der Entwicklungsgang der Inseratenteile der Tageszeitungen.

Bis zu dieser Zeit läßt sich am Inseratenteil der Magdeburgischen Zeitung auch deutlich der schädigende Einfluß des Intelligenzwesens beobachten, abgesehen davon, daß gerade das 19. Jahrhundert wohl in fast jeder wirtschaftlichen Einrichtung eine Umformung, Neugestaltung oder doch erhebliche Weiterbildung hervorgerufen hat. So auch im

Inseratenteil der Magdeburgischen Zeitung. Den schüchternen Versuchen, seine zu verkaufenden Waren einem größerem Publikum bekannt zu machen, steht die heutige großzügige, geradezu suggestiv wirkende Zeitungsannonce gegenüber.

Beim Inseratenteil der Zeitungen ist zu unterscheiden der eigentliche Reklameteil und „die kleine Anzeige".

Der General-Anzeiger ist von den magdeburgischen Tageszeitungen als **das** Anzeigenblatt zu bezeichnen. Seine Inserate machen zur wöchentlichen Seitenzahl 59,7% aus, während die übrigen Zeitungen, außer der Tribüne, 32–35,3% Inserate nur aufzuweisen haben. Auch der Inseratenteil bes General-Anzeigers läßt seine lokale Orientierung erkennen, während bei der Magdeburgischen Zeitung und Magdeburger Tageszeitung wieder deren Dezentralisation hervortritt. Die „kleine Anzeige" spielt auch bei den beiden letztgenannten Zeitungen nur eine geringe Rolle, dagegen ist sie im General-Anzeiger sehr stark vertreten. Die Volksstimme nimmt hinsichtlich des Inseratenteils die Mittelstellung zwischen Magdeburgischen Zeitung und Magdeburger Tageszeitung einerseits und General-Anzeiger andererseits ein. Der Anzeigenteil der Tribüne ist als vollkommen unbedeutend zu bezeichnen.

Eine Untersuchung über den Arbeits- und Wohnungsmarkt in der Magdeburger Presse zeigt die nicht zu unterschätzende volkswirtschaftliche Bedeutung der kleinen Anzeige.

3. Bedeutung der Zeitung in der Schaffung von Arbeitsgelegenheiten.

Arbeitsgelegenheiten schafft die Presse erstens direkt durch ihren eigenen Betrieb und zweitens indirekt durch die Gewerbe und Industrieen, die entweder lediglich im Dienste der Presse stehen, die Depeschen- und Korrespondenzbüros, Annoncenexpeditionen usw., oder deren Gedeih und Verderb doch wesentlich an die Existenz der Presse gebunden ist, wie etwa Papierfabriken, Fabriken für graphisches Gewerbe usw. Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Presse beruht also ferner noch in der Schaffung von Arbeitsgelegenheiten und der Erschließung bezw. Festigung neuer Gewerbe und Industrieen.

Schluß: Anfeindungen gegenüber dem Zeitungsinseratenwesen.

Die Anfeindungen gingen zuerst von Lassalle aus und werden heute besonders von Karl Bücher vertreten. Ihre Forderung ist die Trennung des Anzeigenteils von der Zeitung, um letztere frei von lukrativen Geldspekulationen zu machen. Die vielen Mißstände, welche die Feinde des Zeitungsinseratenwesens anführen, sollen durchaus nicht verkannt werden, aber wie soll dem Uebelstand abgeholfen werden? Solange die Zeitungsunternehmungen wirtschaftliche Unternehmungen sind, die der Privatinitiative unterliegen, kann man ihnen das Inseratengeschäft nicht nehmen; denn das bildet das Rückgrat jedes Zeitungsunternehmens. Man würde sonst vielleicht gerade das, was man bekämpft, großziehen. Abänderung ist dringend nötig. Die Frage ist nur die, wie hat sie zu erfolgen im allgemeinen Interesse der Volkswirtschaft.